浅谈新媒体时代短视频传播的特点及应用启示

摘　要：在如今，新媒体媒介“三微一端”（微信、微博、微视频和客户端）成为新媒体时代的一个新代言词。短（微）视频是一个基于互联网而生成的新媒体媒介，其不同于传统媒介，短视频的制作和传播门槛低，不需要专业的拍摄技巧，所传播内容符合现代大众吸收信息碎片化的特征，这就是为何当下短视频非常火爆的原因。本文对短视频的发展现状和传播特点进行讨论，以抖音 app 为例，分析新媒体时代下短视频的新趋势、遇到的挑战以及未来发展的建议。

关键词：新媒体；短视频；发展
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）09-037-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.09.013

文 / 王晓东

1. 短视频的发展现状及其特点

1.1 短视频的发展现状

2013 年，互联网用户对信息的获取从文字变为图片、视频，短视频正式进入大众的视野。经过 3 年的发展，2016 年，国内的短视频日新月异。隔年，各种各样的短视频应用成为人们必不可少的娱乐方式。目前，短视频平台已有 100 多家，短视频使用时长占移动互联网总使用时长的 5.5%。2018 年，短视频以惊人的速度发展着，截至当年 2 月，短视频综合平台活跃用户达到 4.035 亿。

1.2 短视频的特点

从传统的文字传播到图片传播（静态图文、GIF 动图），如今又出现了视频传播（微电影以及网络直播）。短视频比传统文字传播或是图片传播更能带来感官的刺激和冲击，对于用户来说有着更好的内容接收体验；对于微电影或是网络直播来说有着更低的门槛，不需用专业的摄影技巧，创作内容也更贴近生活，在时长以及录制题材上都是非常自由的，无论何时何地，都可以创作出属于你的原创短视频。正因如此，短视频有了即时性、碎片化的传播特点，使用户十分轻松就能有满足感。

2. 短视频的传播特点

2.1 增强用户的主动性及参与性

新媒体时代的到来，软硬件不断地升级改造，手机的功能性越来越强，电脑不再是剪辑视频的唯一设备，如今，各种剪辑软件的出现，剪辑视频变得不再需要专业性人才，一部手机就可完成短视频制作的每个步骤（录制、剪辑、观看）。制作要求的降低使用户从只能被动接收到如今可以自主创作，传播生活中的新鲜事，拥有更多的点赞数，使用户有更强的主动参与性。

2.2 不受时间空间限制

新媒体时代，伴随着手机、互联网技术突飞猛进的发展，移动通信网络传输速度不断升级，费用不断减少，并且短视频时间短的特点让渴望在短时间内获取信息的用户有了很好的体验。短视频不再有时间空间限制，可以做到随时随地播放和传播。

2.3 跨平台传播

碎片化的短视频传播方式，用户不会刻意集中在一个平台上获取信息，而是主要依靠社交平台上广泛的传播。QQ、微信、微博都是主要的传播平台，同时，这些平台都有多种客户端，无论是手机、电脑或是网页都可进行登陆。而短视频需要多个平台的支持，让用户在有设备以及互联网的地方就可以观看。为了这一需求，短视频具有跨平台、跨设备分享的特点。

3. 短视频行业内出现的新趋势与新特点

3.1 题材挖掘：话题引领的强大力量

刚步入市场的短视频 app（如美拍、快手）没有什么固定的视频题材，用户拍摄时是自主创作，没有源头可寻，这样的拍摄方式虽扩大了用户的自由创作空间，但也会使一些创新能力并不是那么强的用户无法施展开来。面对这一难题，抖音进行大胆的创新，通过官方或是某一用户发起话题，用户做出自己的短视频，并且根据每个用户思维的不同，对此话题感兴趣的用户可以看到同一话题的不同拍摄版本，总有一个版本会击中用户内心，产生共鸣，使用户的体验感更强。抖音最初只是以音乐类的 app 进入市场，可供用户选择的上传视频题材类型有一大半以上也为不同的音乐分类。虽然音乐视频占据抖音的半壁江山，对话题的制造和引导才是抖音真正能在短视频领域站稳脚跟的方法。

不难发现，在抖音的首页中有许多话题的进入选项，抖音用户通常有上百万或是上千万的参与度，这些话题的发起者并不是 app 内的普通用户，往往多是些明星大咖、网红或是抖音官方账号，都具有一定的号召力，而且这些话题在用户理解上有着非常高的简易性，对于用户的可参与度也是十分高的。这种对话题的引领性不仅让用户的创造性得到了提升，更是通过话题的参与提高了用

户黏度。

3.2 生产机制：音乐背景下的模仿与创新

抖音作为以音乐为基础的应用，充分利用了这一特点，借助如今大火的《中国新说唱》，吸引到了一大批喜欢嘻哈音乐的用户。说唱歌手入驻抖音 app，在其平台上发布歌曲，用户可对此进行翻唱或是改编，拍摄相应的短视频，在抖音平台上还可与喜欢的说唱歌手进行互动，这也为其提供了非常优质的短视频内容。尽管音乐和短视频的内容还有着一定程度的联系，例如，以音乐所表达的情感内容作为相关视频的背景音乐，或是直接以音乐作为用户互动的配乐。但还是不难发现，在这些短视频中，更为主要的是用户所想要表达的内容，音乐虽说是抖音 app 的基础，但如今也不得不跟随“内容为王”的趋势将音乐与内容分离，以内容作为用户的主要关注点。

4. 新媒体时代短视频传播的困境

4.1 内容缺乏创新精神，娱乐化严重

一味迎合大众的口味而失去了本该有的积极传播内容，更多为夸张、无内涵的传播内容，使大众在浅层的感官刺激环境下不再注重内容是什么，成为只注重感觉的“感觉人”。并且转发量高的短视频原创率并不高，多为模仿或是直接抄袭，内容缺乏创新性，娱乐化严重是如今短视频的整体形势。

4.2 无法保证用户的稳定度

虽然短视频的拍摄门槛低，可以吸引许多用户，但也因此使短视频内容肤浅，没有深层的意义。例如，许多用户一次又一次地对嘴型视频，没有任何意义、看点的街头随拍，多数用户看过后只是一笑，并没有真正的实用价值性，在短暂的娱乐过后就会回到现实中，并不会在内容上有长时间的停留，没有强度的用户黏性。

4.3 监管力度不足

“把关人”的缺失使短视频和一般的文字内容相似，以低俗内容为主体，监管的不到位使这些内容无底线的发布，用户的利益化也让许多为了出名的用户将以无底线为内容的短视频发布在互联网中。互联网的传播速度极快，往往当监管人员发现这些内容时已经有了上万的转发量，并且相继模仿，最终导致对社会风气的败坏。

5. 短视频未来发展的建议

5.1 创新内容

无论是什么时代，“内容为王”依旧是不变的标准，想要在多媒体的浪潮中站稳脚跟，短视频必须在内容上下功夫，多引领不同的话题，鼓励用户更多的进行自主创新，不再是一味的对嘴型或是爆笑 GIF 动图的集合，打破以模仿为主的僵局。

5.2 融合各平台优势

平台作为短视频发展的基础，要不断地进行技术更新，如今，短视频平台越来越多，各自都有各自的优势，想要发展得更好就要吸取它们不同的优势，比如通过画质的提高、录制方式的创新等吸引用户。

5.3 细分受众精准定位

不同年龄段有着不同的爱好，制作出的短视频内容也会不尽相同，平台应根据受众的喜好进行分类，依据喜好的不同进行不同的短视频推荐，提高受众满意度。

5.4 增强监管力度

监管力度的不足是如今各个领域都存在的问题，因短视频制作门槛低，短视频的内容质量也是参差不齐，如何加强监管强度是新媒体时代短视频应该重点考虑的问题。对用户制作内容上传前的审核或是用户实名制都是对内容进行监管的方法，只有加大对短视频的监管力度，使短视频更加规范化，才能使用户的体验感更好，增加用户黏度，而不是追求一时的用户量，而导致本质上的用户流失。

结语

随着短视频的普及，它为我们获取信息带来了便捷，它打破了传统媒体的局限性，让传播变得快捷，充分利用互联网的特点，使其不再受时间空间的限制，但其中仍存在许多问题，比如内容缺乏创新精神、娱乐化严重、无法保证用户的稳定度、监管力度不足等。无论什么行业，无规矩则不成方圆，提高标准，注重内容的观赏性以及故事性。只有重视问题并将其规范化，新媒体时代下的短视频才能在未来有更大的发展空间以及更好的发展。媒

参考文献

[1] 韩存齐．短视频的传播特性研究——探析自媒体时代短视频新闻发展趋势 [J]. 湖北科技学院学报，2017，37（1）：100−102，109.

[2] 张璐．社交媒体微视频传播研究 [D]. 长沙：湖南大学，2016.

[3] 艾瑞咨询．中国短视频行业发展研究报告 [EB/OL].（2016−09−19）[2017−04−01].

[4] 程征，胡启林．国外短视频新闻机构发展现状与启示 [J]. 中国记者，2015（2）.

（作者单位：山东省利津县广播电视台）